



USOS E IMPACTOS DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN -
TIC- EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA

RESUMEN

Las nuevas herramientas tecnológicas no solo han servido para los procesos productivos, sino han modificado el comportamiento de los agentes económicos, sociales y culturales en todas las esferas del conocimiento.

El Ordenador y el Teléfono Celular son el símbolo de la era digital como los principales instrumentos de acceso a Internet.

La siguiente tesis aborda el tema: *Usos e Impactos de las Tecnologías de la Información y Comunicación en los Estudiantes de la Universidad de Cuenca*

Nuestro objetivo es analizar el comportamiento de los estudiantes de la Universidad de Cuenca en el manejo de las TIC, específicamente el Internet, Ordenador y Celular.

Se realizó una encuesta a 323 estudiantes de la Universidad de Cuenca seleccionados de forma aleatoria en las diferentes facultades. La encuesta consta de 15 preguntas sobre frecuencia de acceso a Internet, Redes Sociales, correo electrónico, transacciones por Internet, número de ordenadores.

Conclusiones principales:

1. 89.7% de estudiantes de la Universidad posee un ordenador y el 10, 3% no tiene ordenador.
2. El 30% de los alumnos se conecta de 3 a 5 días a la semana y el 26% ingresan al Internet todos los días.
3. Lugares de acceso: hogar con un 34% de los estudiantes, el 32% se conectan desde un café-internet, y el 24% desde la Universidad
4. 11% de la población estudiantil accede a Internet desde su Celular.
5. 91% de estudiantes afirma pertenecer a alguna red social. Hi5 está en la delantera con el 49% ,Facebook con 37%

PALABRAS CLAVE: Tecnologías de la Información y Comunicación, TIC, Internet, Redes Sociales, Ordenadores, Facebook, Telefonía Móvil, Hi5, Hábitos de Internet.

AUTORES:

Lorena Delgado Molina ;
Juan Daniel Alvarado



USOS E IMPACTOS DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN -
TIC- EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA

ABSTRACT

The new technological tools have not only served to production processes, but have changed the behavior of economic, social and cultural rights in all spheres of knowledge.

In this context the computer and cell phone become the symbol of the digital age as the main means of access to the internet, the internet being one of the basic platforms of the changes in our society

The following thesis research addresses the theme: "Uses and Impacts of Information Technologies and Communication ICT on students at the University of Cuenca"

Our goal is to analyze the behavior of students at the University of Cuenca in the management of ICT, specifically the Internet, Computer & Mobile, its use not only as an educational aid, like a center of their daily activities.

A related objective is to understand the use and dissemination with social networks (Facebook, Hi5, Twitter, myspace, etc) into the daily lives of students at the University of Cuenca.

We conducted a survey to 323 students at the University of Cuenca, randomly selected in the faculties of Economics, Architecture, Philosophy, Jurisprudence and Engineering, piloted by 30 students before starting the fieldwork. The survey consists of 15 questions about frequency of Internet access, use of social networks, type of browser, email accounts, internet transactions, number of computers.

The survey was complemented with expert interviews and secondary sources to develop the theoretical framework.

Among the major Conclusion No we have:

1. 89.7% of University students have a computer (laptop, desktop or both) and 10, 3% do not have a computer.
2. 30% of students connects 3 to 5 days a week and 26% enter the internet

AUTORES:

Lorena Delgado Molina ;
Juan Daniel Alvarado



USOS E IMPACTOS DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN -
TIC- EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA

every day.

3. The most common access sites are home to 34% of the students, 32% connect from an Internet cafe, and 24% from the University of Cuenca.

4. 11% of the student population access the Internet from their Mobile.

5. With respect to social networks 91% of students said to belong to any social network. Hi5 is up front with 49% of the population with a social network, compared with 37% owned by Facebook.

KEYWORDS: Information Technologies and Communication, ICT, Internet, Social Networking, Computers, Facebook, Mobile, Hi5, Internet habits



USOS E IMPACTOS DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN -
TIC- EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA

CONTENIDO

GLOSARIO

INTRODUCCION

CAPITULO I: CONCEPTOS CLAVES EN LAS TIC

1.1 Tecnologías de Información y Comunicación. TIC

1.2 Brecha Digital

1.3 Economía del Conocimiento

1.4 Revolución Tecnológica

CAP. II: INTERNET

2.1 Uso de Internet en Latinoamérica

2.2 INFORME DE RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO

2.2.1 Número de alumnos con ordenador

2.2.2 Frecuencia de Acceso.

2.2.3 Lugares de Acceso

2.2.4 Tipo de Buscador

2.2.5 Clase de Navegador.

2.2.6 Cuentas de Correo Electrónico

2.2.7 Compras y Transacciones por Internet

2.2.8 Blogs y Publicaciones por Internet

2.2.9 Suscripciones a Periódicos y Revistas Online.

2.2.10 Bolsas de Trabajo Online.

2.2.11 Hábitos de Navegación

2.2.12 Número de Celulares con Acceso a Internet

CAP. III: REDES SOCIALES

3.1 Definición y Antecedentes de las Redes Sociales

3.2 Las Redes Sociales como modelo de negocios.

3.3 Privacidad vs. Integración Social

3.4 Principales Redes Sociales en la Actualidad

3.5 Uso de Redes Sociales en la Universidad de Cuenca

3.6 Nuevas Tendencias

IV. CONCLUSIONES

V.BIBLIOGRAFIA

AUTORES:

Lorena Delgado Molina ;
Juan Daniel Alvarado



UNIVERSIDAD DE CUENCA
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Escuela de Economía.

USOS E IMPACTOS DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN -
TIC- EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA



Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Escuela de Economía.

USOS E IMPACTOS DE LAS TECNOLOGÍAS
DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN
-TIC- EN LOS ESTUDIANTES
DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA

Tesis previa a la obtención
del título de Economista.

Realizado por:

Juan Daniel Alvarado Carrión
Lorena Delgado Molina

Director:

Econ. Marcelo Vázquez Montesinos

Febrero-2010

Cuenca-Ecuador

AUTORES:

Lorena Delgado Molina ;
Juan Daniel Alvarado



UNIVERSIDAD DE CUENCA
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Escuela de Economía.

USOS E IMPACTOS DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN -
TIC- EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA

AGRADECIMIENTO:

Agradecemos de una manera muy especial al
Economista Marcelo Vázquez por su labor
como Director de Tesis, quién nos apoyó y confió en
nosotros para que la investigación sea
realizada de la mejor manera.

Agradecemos también al Econ. Pedro Jarrín y a
todas las personas que de una u otra manera
contribuyeron para la culminación de este trabajo.

AUTORES:

Lorena Delgado Molina ;
Juan Daniel Alvarado



UNIVERSIDAD DE CUENCA
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Escuela de Economía.

USOS E IMPACTOS DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN -
TIC- EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA

Los criterios e ideas expuestos en la presente tesis,
que aparecen como propio de los autores,
son de su exclusiva responsabilidad.

Febrero de 2010

Juan Daniel Alvarado Carrión

Lorena Delgado Molina



USOS E IMPACTOS DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN -
TIC- EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA

GLOSARIO¹

Banda Ancha.- Se trata de un tipo de red, fabricada mediante fibra óptica, que permite una mayor velocidad en la transmisión de datos, audio y vídeo.

Blog: Versión reducida del término "web log". Es información que un usuario publica de forma fácil e instantánea en un sitio web.

Blogger: Servicio para la creación y publicación de un blog de manera sencilla. El usuario no tiene que escribir ningún código o instalar programas de servidor.

Comercio Electrónico.- Intercambio de bienes y servicios realizado a través de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, habitualmente con el soporte de plataformas y protocolos estandarizados.

e-book: Libro en formato digital que, en algunos casos, requiere programas específicos para su lectura.

Gasto en TI.- Expendio gubernamental o privado en Tecnologías de la Información (TI) (informática, de las comunicaciones, telemática y de las interfaces).

Gasto en Software.- Gasto en Programas o elementos lógicos que hacen funcionar un ordenador o una red, o que se ejecutan en ellos, en contraposición con los componentes físicos del ordenador o la red.

M-Comerce: Transacciones y compras a través de telefonía móvil.

Tecnología.- Conjunto de teorías y de técnicas que permiten el aprovechamiento práctico del conocimiento científico, instrumentos y procedimientos industriales de un determinado sector o producto.

Según la definición de Casas Armengel Tecnología es: "Aplicación Sistemática de las Ciencias y de otros Conocimientos organizados a la solución de problemas prácticos dentro de un contexto cultural determinado".

Simplificando podemos decir que tecnología es el conjunto de conocimientos que permiten construir, diseñar y crear soluciones para adaptar el medio con el fin de satisfacer nuestras necesidades.

¹ Glosario de Nueva Economía: <http://www.n-economia.com/glosario/glosario.asp?c=W&id=441&l=0>



USOS E IMPACTOS DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN -
TIC- EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA

Telefonía Móvil.- La red de telefonía móvil consiste en un sistema telefónico en el que mediante la combinación de una red de estaciones transmisoras-receptoras de radio (repetidores ó también llamados estaciones base) y una serie de centrales telefónicas de conmutación, se posibilita la comunicación entre terminales telefónicos portátiles (teléfonos móviles) o entre terminales portátiles y teléfonos de la red fija tradicional.

Wi-Fi: Wireless Fidelity: Conjunto de estándares para redes inalámbricas basado en las especificaciones IEEE 802.11.

Wireless.- Se aplica el término inalámbrico (inglés wireless/sin cables/) al tipo de comunicación en la que no se utiliza un medio de propagación físico, sino se utiliza la modulación de ondas electromagnéticas, las cuales se propagan por el espacio sin un medio físico que comunique cada uno de los extremos de la transmisión.²

² Fuente Wikipedia: <http://es.wikipedia.org/wiki/Wireless>



USOS E IMPACTOS DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN -
TIC- EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA

I. Introducción:

*...fragmentación, transmisiones interrumpidas, comunicación superficial;
una sensación de impotencia que viene de tener acceso a tanta
información acerca del mundo y no poder cambiar nada de ello; las formas
sutiles en las que dispositivos electrónicos están cambiando nuestro
entorno y conciencia.. parte de nuestro cerebro se movió online en los
últimos 10 años, y esto continuará; no es bueno ni malo simplemente es
así. Radiohead no solo fueron de los primeros en darse cuenta como usar
el internet, sino hicieron que su música sonara como Internet...*

**[Mark Richardson, Pitchfork Media: sobre “Kid A” ,Radiohead, disco
de la década 2000-2010]**

A finales de la década de los sesenta, los términos que hacen referencia a una *sociedad postindustrial*, empiezan a circular en publicaciones, artículos e investigaciones dentro de los círculos académicos que buscan explicar los fenómenos y transformaciones sociales, políticas, económicas y culturales de la época. Y es que la velocidad de los cambios asombra; según lo expresado en el video *Did You Know?*³ En países donde la tecnología ha penetrado por completo, los trabajos mas solicitados en el 2010 no existían en el 2004, actualmente se están preparando a los estudiantes para trabajos que todavía no existen, usando tecnologías que no han sido utilizadas aún, para resolver problemas que ni siquiera conocemos.

El tiempo que tomó a la radio tener 50 millones de usuarios fue de 50 años, a la televisión le tomó 14 años obtener la misma audiencia, al Internet 4 años, al Ipod 3, y al Facebook apenas 2.

El volumen de nueva información técnica se duplica cada dos años, es decir que para un estudiante, la mitad que aprende en el primer año estará desfasado o desactualizado en el tercer año.

Ésta información resulta útil para rescatar la importancia que tiene las tecnologías de información en la vida diaria y como herramientas para

³ Did you Know? Video Creado por Karl Fish, basado en recopilaciones de información sobre tendencias digitales y sociales que mantiene en su blog. <http://thefischbowl.blogspot.com>; para ver el video con subtítulos revisar el link: <http://www.youtube.com/watch?v=XNkrTYfPzyI&feature=related>



USOS E IMPACTOS DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN -
TIC- EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA
fortalecer los procesos de enseñanza, conocimiento y aprendizaje.

La mejor manera de adaptarnos a los rápidos cambios que se están dando en el mundo, es a través del manejo de la información y el conocimiento, siendo el Internet, el celular y el ordenador las formas de acceso al conocimiento mas propagadas.

Estas tecnologías han pasado de ser un medio social y un medio de comunicación a ser un medio económico pues una red social o un teléfono móvil sirven como potentes canales de venta, difusión y comercialización.

Seguramente esta introducción quedará rezagada de los nuevos cambios que vendrán; nuevas y más potentes redes sociales, convergencia de la televisión analógica a digital, proliferación de los e-books, un nuevo oleaje en ordenadores y celulares, nuevas plataformas de descargas audiovisuales, legislaciones mas restrictivas, innovadoras formas de hacer negocios online y la creación de una identidad digital para cada habitante, es algo que se puede visualizar a corto plazo y mediano plazo.

Debido a la inmediatez de los cambios en información y tecnologías, el propósito de éste trabajo no es ahondar en detalles específicos de las nuevas tecnologías y su manejo, sino dar un marco de referencia aproximado del comportamiento, usos y hábitos de las TIC, específicamente el Internet, Ordenador y Celular, en los estudiantes de la Universidad de Cuenca.



USOS E IMPACTOS DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN -
TIC- EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA

CAPITULO I:
Conceptos Claves en las TIC

1.1 Tecnologías de Información y Comunicación. TIC

Las TIC se definen como sistemas tecnológicos mediante los que se recibe, manipula y procesa información, y que facilitan la comunicación entre dos o más interlocutores.⁴

Nota.- Para mencionar a las tecnologías de la información y la comunicación, algunos autores utilizan TIC's. Para el presente trabajo tomaremos la abreviación TIC

Las TIC son el elemento determinante de los avances de productividad y competitividad del conjunto del sistema económico, conduciéndonos hacia la construcción de un nuevo tipo de sociedad, a la que se le llama "Sociedad de la Información"

En la Sociedad de la Información, se considera como factor productivo al conocimiento y la capacidad tecnológica y humana de generarlo, procesarlo y producirlo.

Es curioso formar parte de una generación que vio nacer al Internet y al celular. Sabemos cómo fue el antes del Internet, vivimos esos cambios y tuvimos la oportunidad de acoplarnos a tiempo antes de que nos segregue. Claro no todos tienen y tuvieron esa oportunidad de adaptarse a las nuevas tecnologías, y el identificar porque se produce tal brecha digital es fundamental para que todos tengan la opción (no la obligación) de utilizarlas.

El hecho preocupante para el país, es que un gran sector de la población no ha tenido la oportunidad de conocer los cambios producidos por las TIC, éste hecho tiene sus consecuencias obvias, una desventaja económica profunda con el resto de países. La productividad y competitividad vienen de la mano con la tecnología, si no existe tecnología ni personas aptas para manejarlas las consecuencias son negativas.

⁴ Katz y Hilbert. Los Caminos hacia una sociedad de la información en América Latina y el Caribe. Publicación de la CEPAL y la ONU. Enero 2003



USOS E IMPACTOS DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN -
TIC- EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA

1.2 Brecha Digital

La brecha digital se define como la separación que existe entre las personas (comunidades, estados, países...) que utilizan las tecnologías de la información y comunicación como una parte rutinaria de su vida diaria y aquéllas que no tienen acceso a las mismas y que aunque las tengan no saben cómo utilizarlas⁵.

La brecha digital es probablemente uno de los primeros conceptos con que se inicia la reflexión alrededor del tema del impacto social de las tecnologías de información y comunicación (TIC).

Un concepto relacionado es el **E-readiness** que es el grado de preparación de los habitantes de una nación para usar las TIC inteligentemente y con propósitos de desarrollo (IAP, 2000); esta definición cubre varias facetas de estos usos, pero hace especial hincapié en la equidad de oportunidad de acceso a las TIC, educación y formación en su uso, conocimiento y apropiación social de las tecnologías, entre otros.

1.3 Economía del Conocimiento

La IAP (2002, p.4) define la Economía del Conocimiento como "...el sistema dinámico de interacciones entre los ciudadanos de una nación, las empresas y el gobierno, que capitalizan la tecnología para alcanzar un beneficio social o económico".

Es necesario tomar en cuenta las palabras de Joseph Stiglitz sobre la Economía del Conocimiento (EC), en el sentido que ésta Economía tiene un cambio radical de dimensiones pues existe un desplazamiento de la producción de bienes a la producción de ideas lo que supone el tratamiento, no de personal o stocks, sino de información. Dejamos de ser una sociedad basada en el capital monetario para ser una sociedad basada en el conocimiento, en el intelecto, y en la forma de procesar información para lograr un objetivo.

La *nueva economía*, según Manuel Castells, tiene sus pilares base en: el proceso de mundialización, en la revolución tecnológica digital y en los cambios

⁵ SERRANO, Arturo y MARTÍNEZ, Evelio, 2003, "La Brecha Digital: Mitos y Realidades", Universidad Baja California. EEUU

AUTORES:

Lorena Delgado Molina ;
Juan Daniel Alvarado



USOS E IMPACTOS DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN - TIC- EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA en los patrones de demanda de las familias y empresas. Estos tres procesos convergen en uno: la incorporación masiva del conocimiento a la actividad económica.

Castells (2000) señala que la *Economía del Conocimiento no se basa sólo sobre el conocimiento*. De hecho, presenta tres características clave, las cuales se basan, en última instancia, en la micro-tecnología:

1. Productividad en información, apoyada a su vez en las tecnologías de la información (TIC);
2. Tiempo real; conectividad global de flujos de capital, productividad, y gestión
3. Trabajo en red, o Networking; Internet está en el corazón de estas redes, pero es mucho más que una tecnología. La Economía del Conocimiento no es la economía de los que *proveen* Internet, sino la de quienes la *usan*.

1.4 Revolución Tecnológica

Una revolución es un proceso multidimensional que ocurre en un determinado momento histórico, que tiene la capacidad de transformar la sociedad y su forma de vida.

La incorporación del conocimiento a las actividades económicas ha creado un nuevo tipo de relaciones económicas y sociales incluso un cambio de estructura o de paradigma, de esta percepción surge que estamos en una tercera revolución tecnológica.

Detrás de cada auge de un ciclo económico está de por medio una revolución tecnológica, en nuestro caso la microelectrónica, computación, telecomunicaciones y demás avances científicos que han sido causales de una transformación en la sociedad.

El concepto de revolución tecnológica, se resume en el siguiente gráfico.



USOS E IMPACTOS DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN -
TIC- EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA



La Revolución Tecnológica; Fuente: www.carlotaperez.org



USOS E IMPACTOS DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN -
TIC- EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA

CAP. II: INTERNET.
HÁBITOS DE USO DE LAS TIC EN LOS ESTUDIANTES DE LA
UNIVERSIDAD DE CUENCA

2.1 Uso de Internet en Latinoamérica

Es importante analizar la penetración regional del uso de Internet para tener un marco adecuado para el análisis de los usos de las TIC en la Universidad de Cuenca.

En el siguiente cuadro observamos un ranking elaborado por tendencias

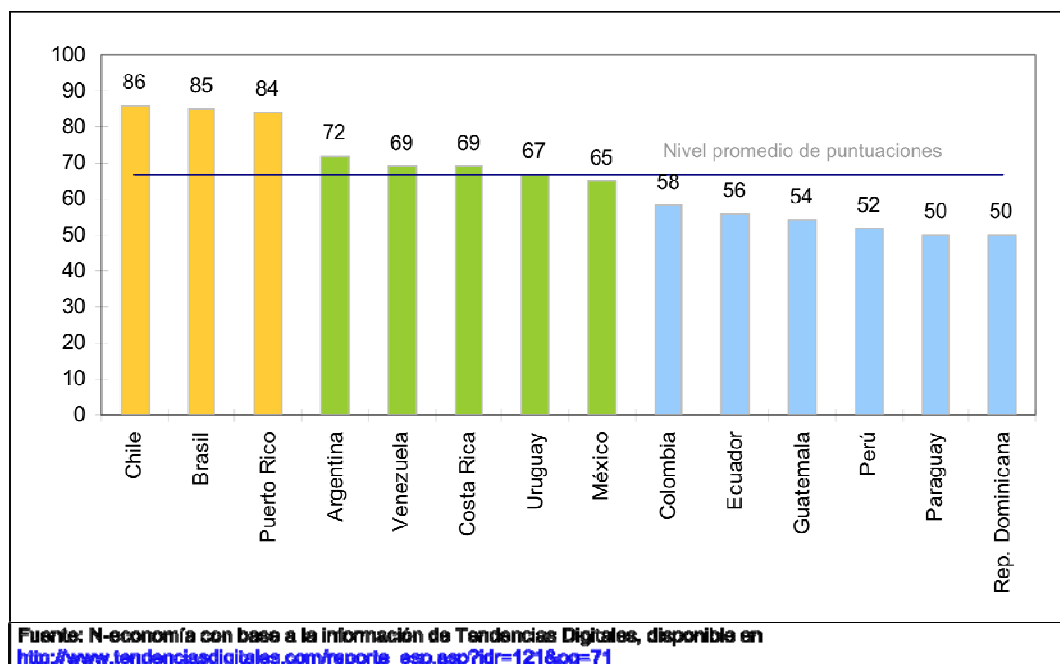


Tabla # 1: Ranking del uso de Internet en Latinoamérica
Fuente: N-economía

digitales, según este informe Latinoamérica es la región del mundo en donde mas crecen los usuarios de Internet.

A finales del 2008, los internautas sobrepasaron los 163 millones, esto es, una penetración del 27,5%.

Se han medido las siguientes variables para concluir con los resultados, las variables son: penetración de Internet; intensidad de navegación medida en número de horas; diversidad (entendida como la cantidad de usos promedio por usuario en las páginas, así como la complejidad y, proporción de personas que se autocalifican como usuarios avanzados y expertos); transacciones asociadas al comercio electrónico; y contenido de los sitios de Internet locales



USOS E IMPACTOS DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN -
TIC- EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA
que figuran entre los 20 sitios mas visitados por cada país.

METODOLOGÍA

UNIVERSO DE ESTUDIO	Estudiantes de la Universidad de Cuenca.
SELECCIÓN DE LA MUESTRA	Muestreo Simple. Se seleccionaron aleatoriamente alumnos de las Facultades de Economía, Filosofía, Jurisprudencia, Ingeniería y Arquitectura.
TAMAÑO DE LA MUESTRA	323 Estudiantes Encuestados
FECHA DE CAMPO	Del 2 al 6 de febrero de 2010
CONTROL DE CALIDAD Y PROCESAMIENTO	Eliminación de Encuestas Incompletas, Eliminación de casos atípicos, Ponderación de Resultados.

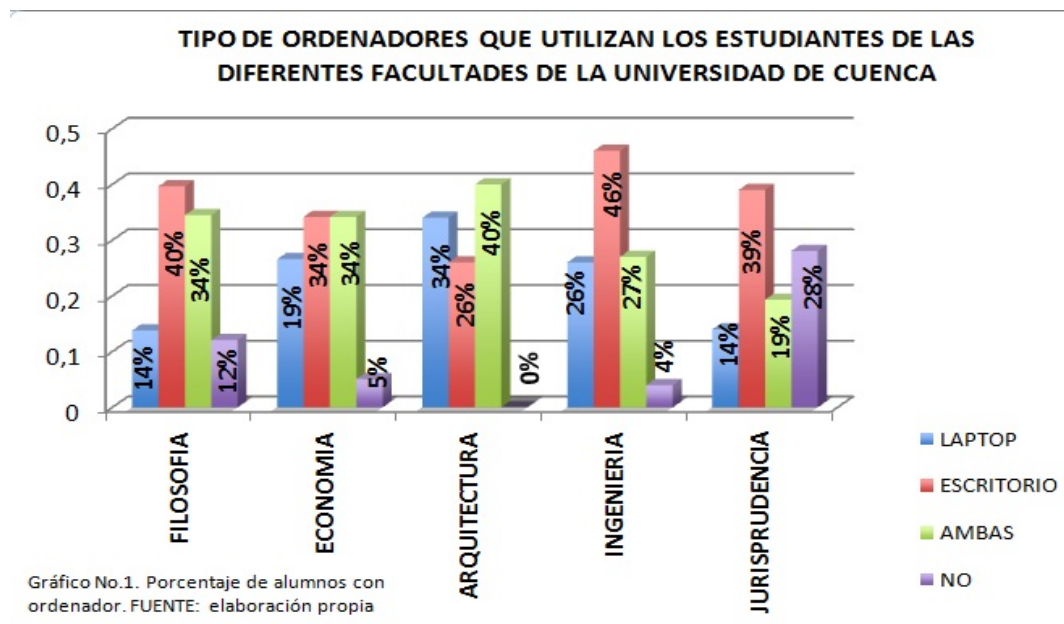


USOS E IMPACTOS DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN -
TIC- EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA

2.2 INFORME DE RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO

2.2.1 Número de alumnos con ordenador

El 89,7% de alumnos de la Universidad de Cuenca posee un ordenador, ya sea portátil, de escritorio o ambos, y el 10,3% no tiene ordenador. El gráfico por facultades es el siguiente:



El 40% de los estudiantes de la facultad de Filosofía de la Universidad de Cuenca poseen computador de Escritorio, así mismo existe un porcentaje considerable del 34% de los estudiantes de la misma facultad que poseen tanto computador portátil como de escritorio y el 12% de los estudiantes de esta facultad no poseen ningún tipo de computador.

La facultad de Arquitectura posee el mayor porcentaje de estudiantes que poseen tanto computador de escritorio como portátil siendo este el 40%, además la penetración del ordenador en esta facultad es del 100% ya que 0% de estudiantes que carecen de computador. En contraste, la facultad de Jurisprudencia encontramos el mayor número de alumnos que no poseen computador siendo este porcentaje del 28%.



USOS E IMPACTOS DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN -
TIC- EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA

**PORCENTAJE DE ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE
CUENCA QUE POSEEN COMPUTADOR PORTATIL**

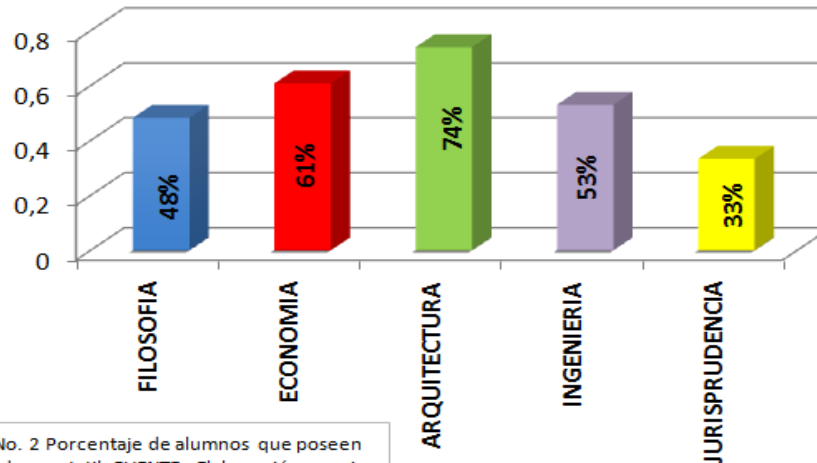


Gráfico No. 2 Porcentaje de alumnos que poseen computador portátil. FUENTE: Elaboración propia

67 de cada 100 estudiantes tienen una computadora portátil, La mayoría de los estudiantes que poseen computador portátil se encuentran en la facultad de arquitectura con un 74%, seguida de la facultad de economía con un 61%.

2.2.2 Frecuencia de Acceso.

**FRECUENCIA EN LA QUE ACCEDEN AL INTERNET LOS ESTUDIANTES DE
LA UNIVERSIDAD DE CUENCA.**

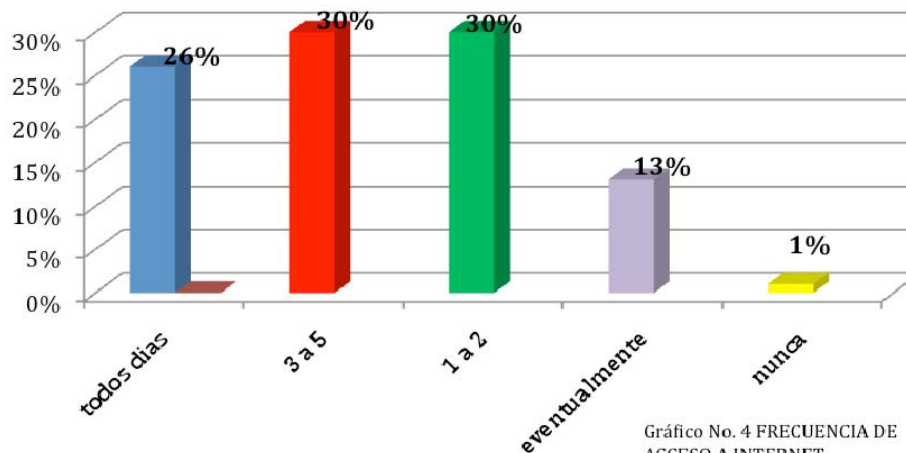


Gráfico No. 4 FRECUENCIA DE ACCESO A INTERNET
FUENTE: Elaboración propia

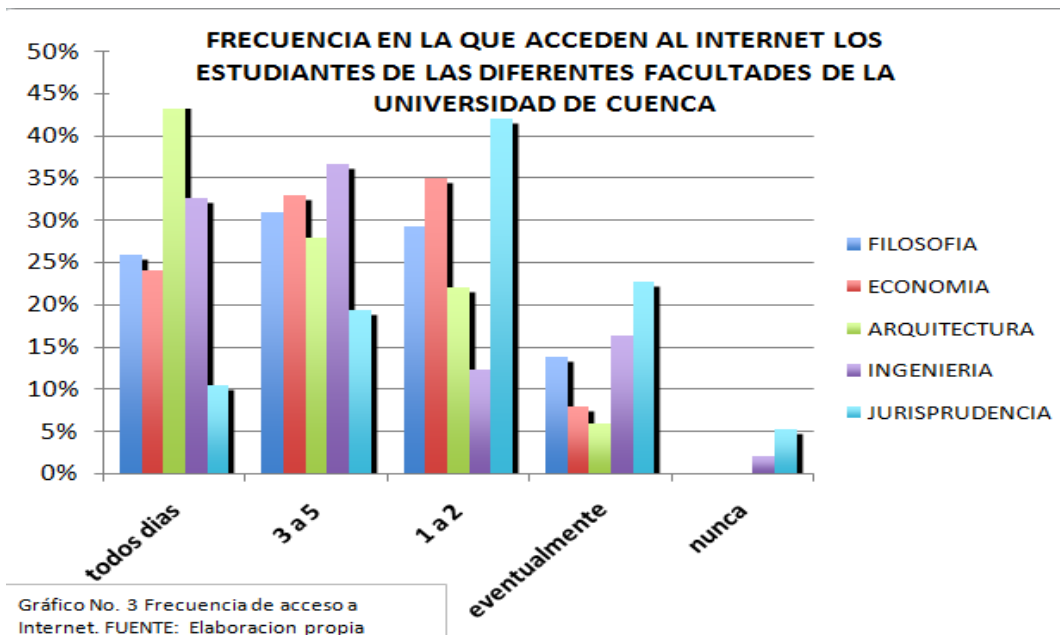
Vemos que el 26% de los estudiantes de la Universidad de Cuenca ingresan al Internet todos los días, y el 30% se conecta una o dos veces a la semana y el mismo porcentaje de 3 a 5 días.

AUTORES:

Lorena Delgado Molina ;
Juan Daniel Alvarado



USOS E IMPACTOS DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN -
TIC- EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA



La facultad con mas frecuencia de acceso a Internet es Arquitectura con un 44% de estudiantes que se conectan todos los días. El 37% de los estudiantes de la facultad de Ingeniería acceden a Internet entre 3 a 5 días a la semana, mientras que un 42% de los estudiantes de la facultad de Jurisprudencia acceden al Internet entre 1 a 2 días.

2.2.3 Lugares de Acceso

El 34% de los estudiantes de la Universidad de Cuenca se conectan al Internet desde su casa, mientras que el 32% de los estudiantes se conectan desde un café-internet, el 24% desde la universidad, el 6% desde sitios públicos y el 3% ocupan su lugar de trabajo para navegar.



USOS E IMPACTOS DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN -
TIC- EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA

**LUGARES EN LOS QUE SE CONECTAN CON MAYOR FRECUENCIA AL
INTERNET LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA.**

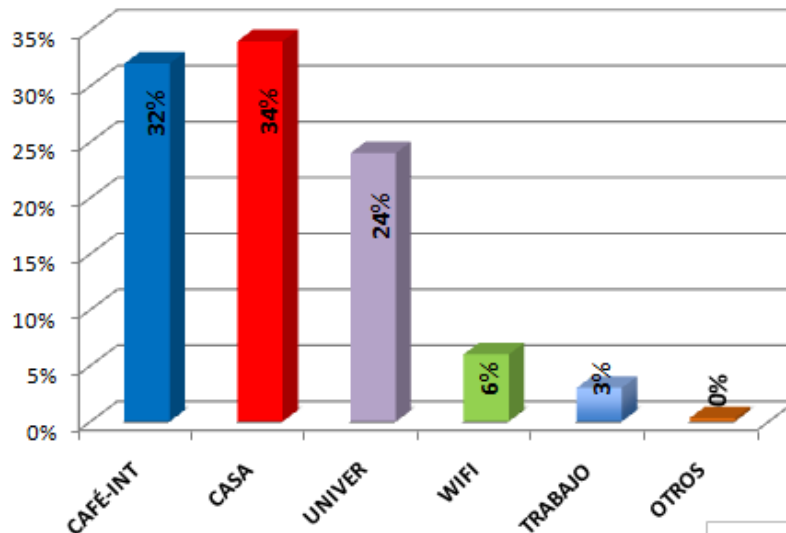


Gráfico No. 5. Lugares de Acceso
FUENTE: Elaboración propia

El gráfico por facultad se muestra a continuación:

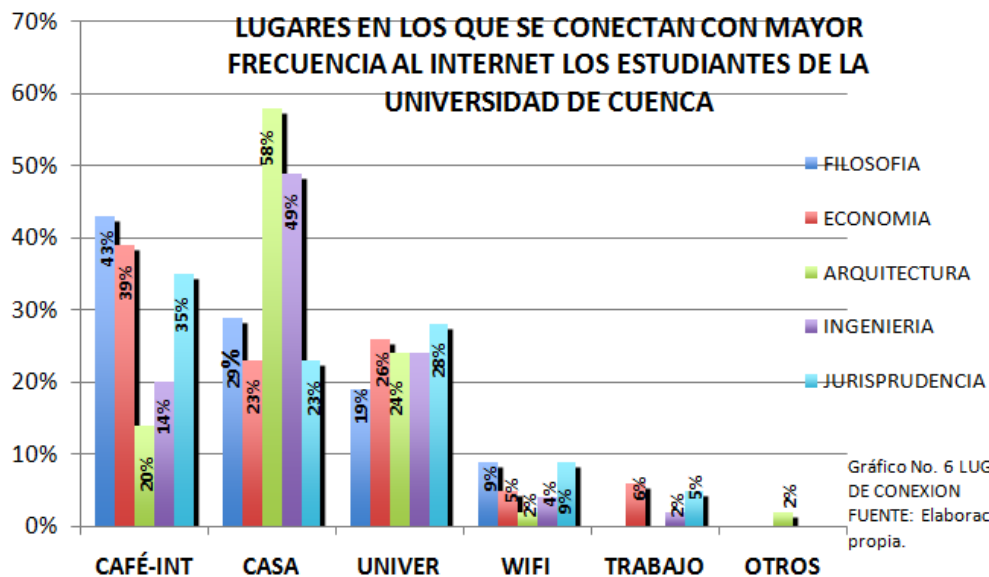


Gráfico No. 6 LUGARES
DE CONEXION
FUENTE: Elaboracion
propia.

Un 38% de los estudiantes de Economía y un 43% de Filosofía acceden más a Internet desde los café Internet, mientras que el 57% de los estudiantes de la Facultad de Arquitectura se conectan al Internet desde su casa, lo cual nos deja prever que los alumnos de Arquitectura tienen un mayor acceso por banda

AUTORES:

Lorena Delgado Molina ;
Juan Daniel Alvarado



USOS E IMPACTOS DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN - TIC- EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA

ancha.

Existe un porcentaje considerable del 48% de estudiantes de la facultad de Ingeniería que también acceden al internet desde su domicilio.

El 27% de estudiantes de Jurisprudencia se conectan con mayor frecuencia al internet desde la universidad.

2.2.4 Tipo de Buscador

Google se presenta como el buscador mas utilizado por los estudiantes de la Universidad de Cuenca, el 94% de los estudiantes de la universidad utilizan este buscador seguido por Yahoo con un 5%.

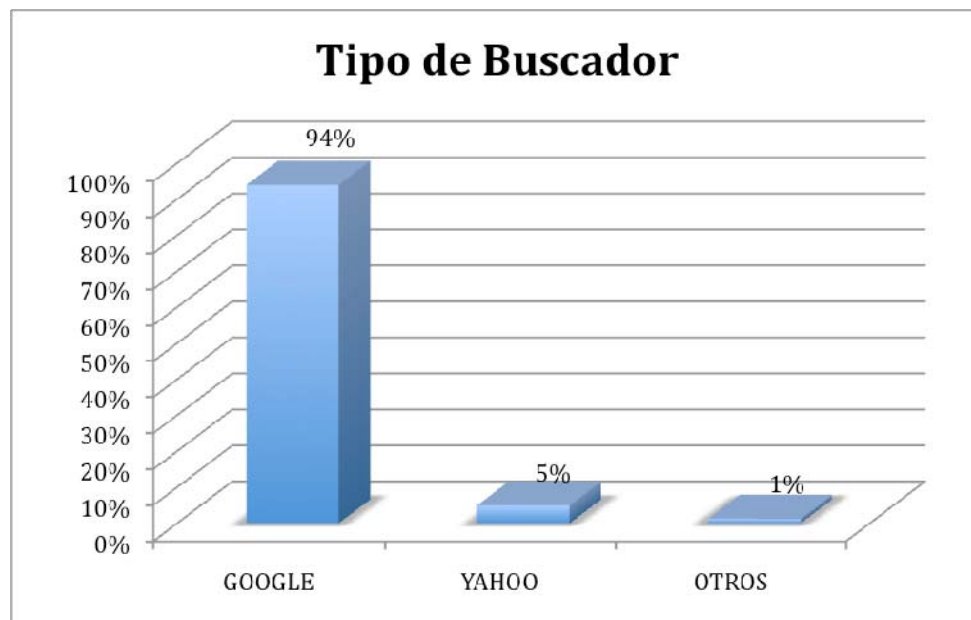


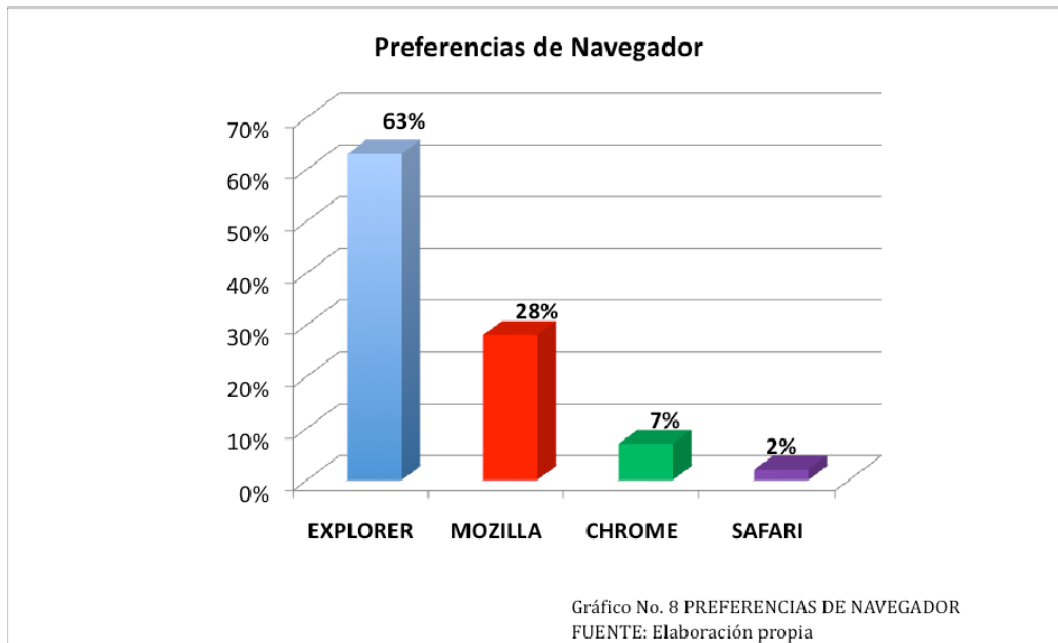
Gráfico No 7. Tipo de Buscador
Fuente: Elaboración Propia

2.2.5 Clase de Navegador.

El 63% de los estudiantes de la Universidad de Cuenca utilizan Internet Explorer como navegador, 28% de los estudiantes utiliza Mozilla, el 7% utiliza Google Chrome y el 2% de los estudiantes utiliza Safari.



USOS E IMPACTOS DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN -
TIC- EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA



Podemos intuir de los usuarios de Safari, que el 2% posee como computadora una Apple MAC, que maneja otro sistema operativo distinto al hegemónico Windows de Microsoft.

2.2.6 Cuentas de Correo Electrónico



USOS E IMPACTOS DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN -
TIC- EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA

**CUENTAS DE CORREO MAS UTILIZADAS POR LOS
ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA**

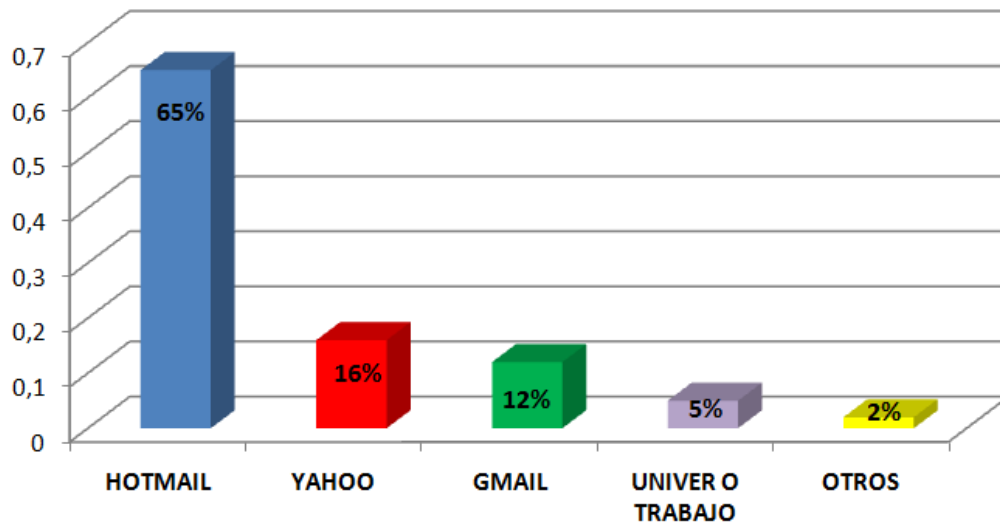


Gráfico No. 9 CUENTAS DE CORREO
MAS UTILIZADAS
FUENTE: Elaboración propia

Según el gráfico No. 9, hotmail tiene una gran ventaja con el 65% de los estudiantes, Yahoo un 16% y la relativamente nueva cuenta de gmail se lleva un 12% de la población estudiantil.

El gráfico por facultad se detalla a continuación, en el cual observaremos la misma tendencia, salvo que Filosofía tiene el porcentaje mas alto de cuentas en Yahoo y Gmail, y como veremos mas adelante, Filosofía posee el mayor número de estudiantes con blogs y publicaciones, lo cual esta estrechamente relacionado con las cuentas de mail, pues para abrir una cuenta en blogger se necesita una cuenta en gmail.



USOS E IMPACTOS DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN - TIC- EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA

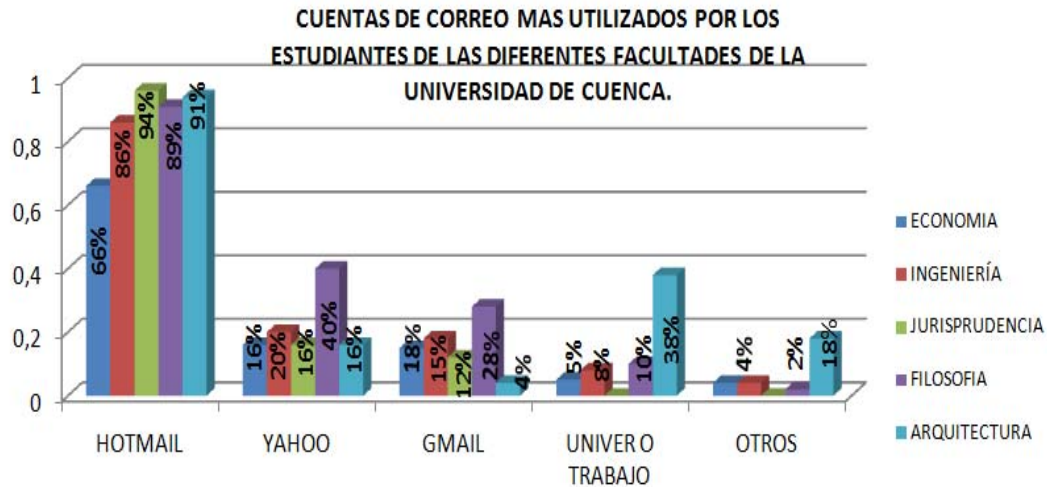


Gráfico No. 10 CUENTAS DE CORREO
FUENTE: Elaboración propia

2.2.7 Compras y Transacciones por Internet

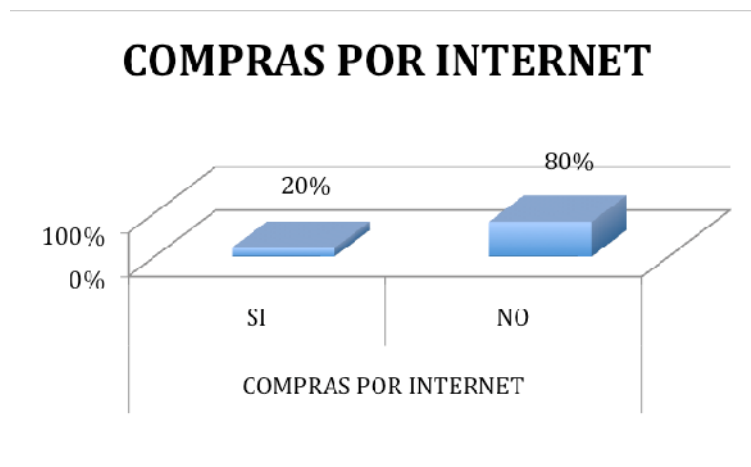


Gráfico No. 11 Compras por Internet
Fuente: Elaboración Propia

Un 78% de los estudiantes ha realizado compras o transacciones por internet, que es todavía un porcentaje bajo en relación a los hábitos de la gente joven de la región. Un motivo es la relación directa que se tiene con las tarjetas de crédito, que tan sólo un bajo porcentaje estudiantil las tiene y que son un documento habitual de transacciones electrónicas.



USOS E IMPACTOS DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN -
TIC- EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA

2.2.8 Blogs y Publicaciones por Internet

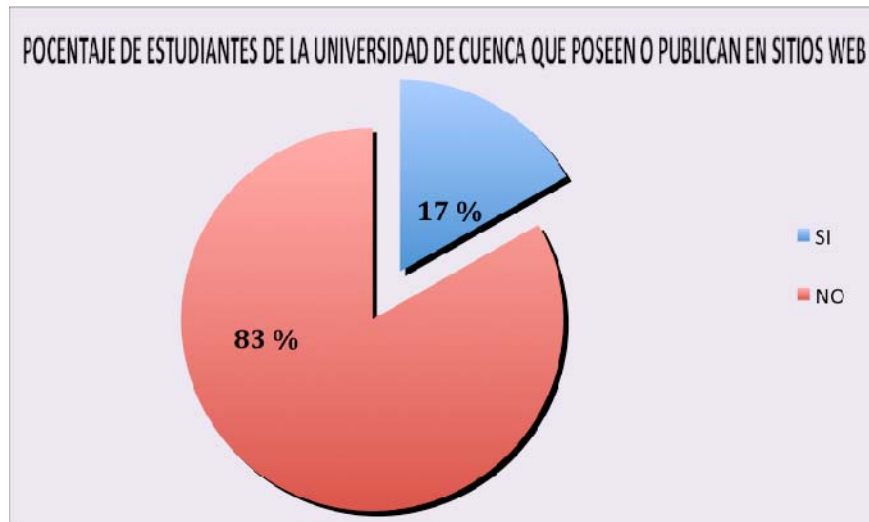


Gráfico No. 12 Blogs y Publicaciones
Fuente: Elaboración Propia

El 83% de los Estudiantes de la Universidad de Cuenca no poseen ni publican en sitios Web, mientras que el 17% de los estudiantes si lo hacen.

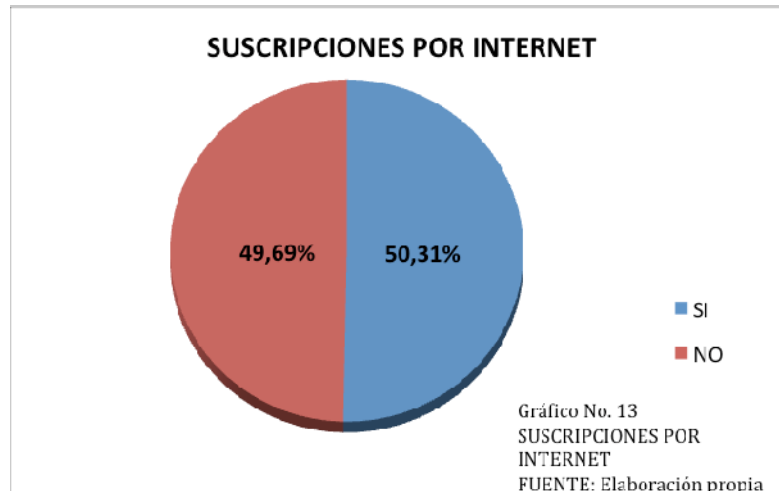
La facultad con mayor número de blogs es Filosofía con un 21%.

Entre las observaciones de la investigación, se pudo notar una interesante correlación directamente proporcional entre los usuarios de Mozilla y Chrome con un mayor nivel de frecuencia de acceso a la web y que poseen o publican en una bitácora personal o página web, también como se dijo anteriormente, existe relación entre usuarios de Gmail y que publican en un blog.



USOS E IMPACTOS DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN -
TIC- EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA

2.2.9 Suscripciones a Periódicos y Revistas Online.



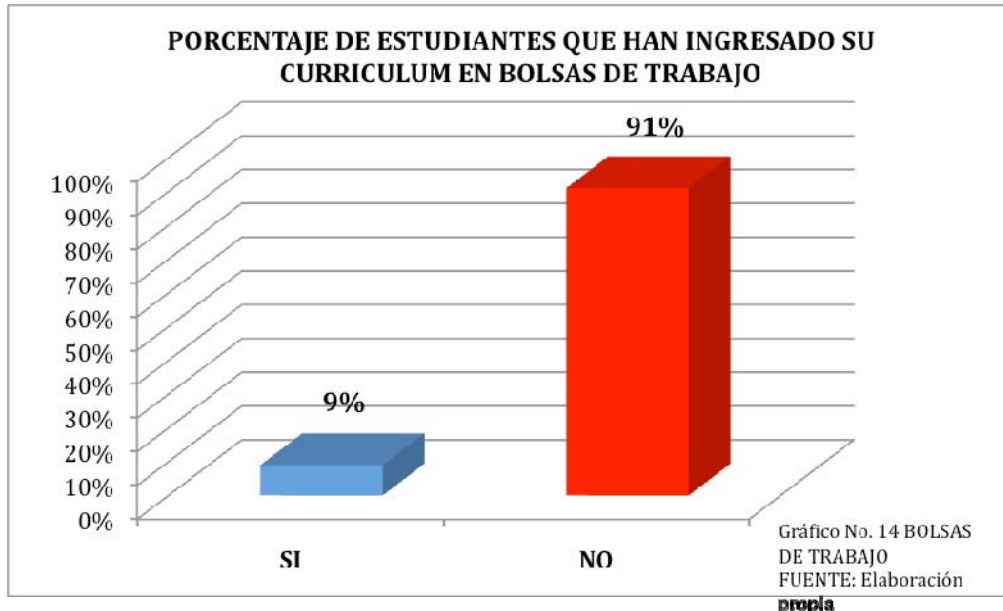
Se preguntó al estudiante si está suscrito o lee regularmente periódicos, revistas o boletines por Internet, y las respuestas estuvieron divididas en una proporción igual. 50% están suscritos a revistas o periódicos online.

2.2.10 Bolsas de Trabajo Online.

Apenas un 9% de estudiantes que han subido sus hojas de vida a bolsas online de trabajo.



USOS E IMPACTOS DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN -
TIC- EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA



2.2.11 Hábitos de Navegación

El comportamiento en torno a los hábitos de navegación tiene una dispersión y una frecuencia difícil de recoger en una investigación de corto plazo, creemos que el tiempo que dedican los estudiantes a cada actividad tiene una variación con el tiempo real dedicado, por eso creemos que la encuesta tiene que ser acompañada por otros métodos de recolección. Un experimento bastante detallado de los hábitos reales puede ser el historial de las páginas visitadas y su tiempo de duración, lógicamente, la privacidad del usuario investigado sería el principal inconveniente. Sin embargo, la información proporcionada por la encuesta y el trabajo de campo nos dio un acercamiento a las conductas de los estudiantes al navegar por internet.

Se pidió a los estudiantes encuestados que indiquen el tiempo aproximado en minutos u horas que dedican cuando se conectan a Internet, las actividades fueron: redes sociales, consultas y educación, revisión de mail, descargas, Messenger y chats, entretenimiento y farándula, y otras actividades.



USOS E IMPACTOS DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN -
TIC- EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA

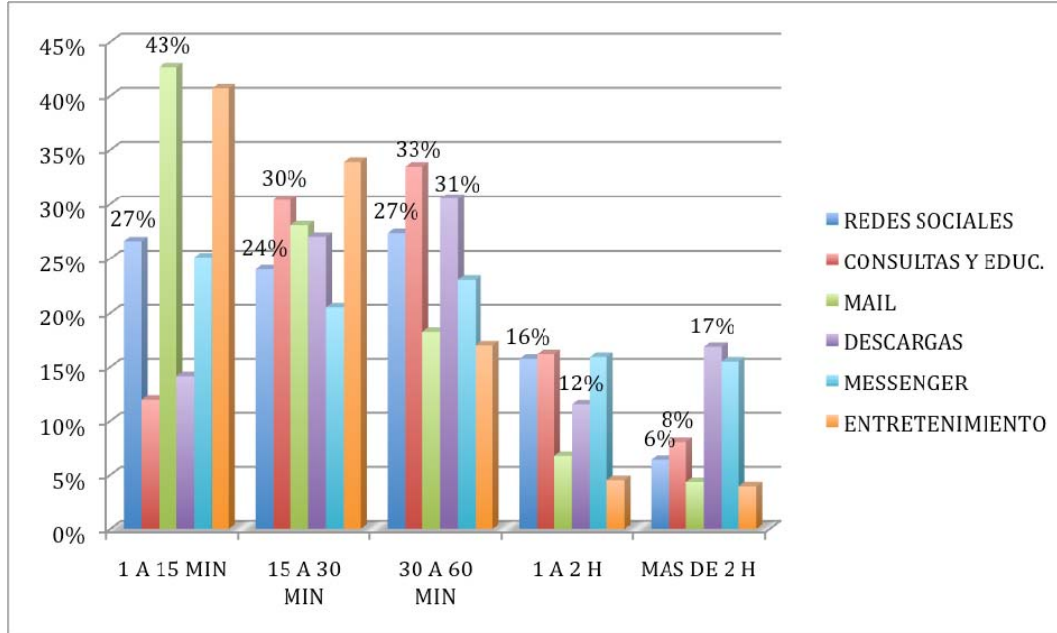


Gráfico No. 15 Hábitos de Navegación
Fuente: Elaboración Propia

Según la información levantada, el 27% de los estudiantes dedica de uno a 15 minutos para revisar las redes sociales, el mismo porcentaje para el intervalo de 30 a 60 minutos. Un 43% de estudiantes se toma de 1 a 15 minutos para revisar el mail. Para consultas y educación el 33% de los estudiantes lo hace de 30 a 60 minutos cuando se conectan.

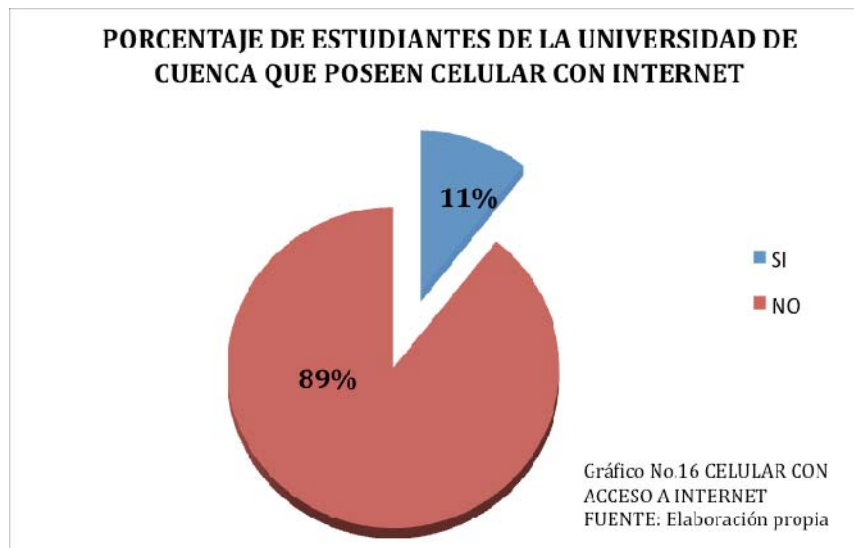
La mayor concentración de tiempo se da en el lapso de 30 a 60 minutos y de uno a 15 minutos. El 17% de los estudiantes dedica más de dos horas para descargas cuando acceden a internet. Cabe destacar que cada vez habrá mas cantidad de estudiantes donde el tiempo de navegación sea casi las 24H, con el aumento exponencial de la conexión por banda ancha y el apresurado crecimiento de conexión a internet por celular veremos que las estadísticas cambiaran hacia un mayor tiempo de conexión a la web.



USOS E IMPACTOS DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN -
TIC- EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA

2.2.12 Número de Celulares con Acceso a Internet

La penetración de los celulares con acceso a internet –*smartphones*- es del 11% en la población estudiantil.



Si realizamos una comparación con el caso español vemos que 30% de los jóvenes de España se conecta a Internet desde su celular.⁶ Aunque la distancia parece grande, la brecha de teléfonos con internet se disminuye de una manera acelerada por ser tecnologías relativamente baratas, es así que suponemos que habrá un aumento a corto plazo de estudiantes con acceso a internet desde su celular, y creemos que en un período no mayor a dos años la cifra del 11% esté por encima del 50%.

Otro punto a citar en este apartado es que el celular se ha convertido en un símbolo de status y al ser una tecnología relativamente barata, los estratos sociales medio y medio bajo suelen ostentar celulares de mayor costo que incluso los de niveles económicos altos.

⁶ Estudio publicado por Nueva Economía, Notas de Alerta de febrero 2010. n-economia.com



USOS E IMPACTOS DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN -
TIC- EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA

CAP. III: REDES SOCIALES

3.1 Definición y Antecedentes de las Redes Sociales

“Una sociedad aislada en minorías es discriminada, carece de protagonismo en procesos transformadores condenándose a una democracia restringida. La intervención en red es un intento reflexivo y organizador de esas interacciones e intercambios, donde el sujeto se funda a sí mismo diferenciándose de otros.”⁷

Las redes sociales son servicios basados en la web que permiten a los individuos construir un perfil público o semi-público dentro de un sistema delimitado, articular una lista de otros usuarios con quienes se comparte una conexión, ver y recorrer su lista de conexiones y aquellas hechas por otros usuarios dentro del sistema. La naturaleza y nomenclatura de esas conexiones puede variar de sitio a sitio.⁸ Un sistema que involucra a conjuntos que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas y que se organizan para potenciar sus recursos como forma de romper el aislamiento.⁹

El origen de las redes sociales se remonta a 1995, cuando Randy Conrads crea en la Web el sitio classmates.com. El objetivo de esta red social era que la gente pudiera recuperar o mantener el contacto con antiguos compañeros del colegio, el instituto, la universidad, etc. Sin embargo, la idea pionera de las redes sociales constituye el experimento conocido como “Seis Grados de Separación” –Six Degrees of Separation- que propone que cualquier persona en el mundo está relacionada con otra a través de una cadena de conocidos con hasta seis eslabones, siendo la demostración del profesor Duncan Watts, en el 2001, la mas acercada a la hipótesis, logrando una media aproximada a 6 personas.

En 2003 empiezan a aparecer sitios web que promocionan *online* las redes de *círculos de amigos* y el término redes sociales se empieza a usar para describir las relaciones en las comunidades virtuales. Este término se hace popular con la llegada, ese mismo año, de sitios tales como Friendster, MySpace, Tribe.net,

⁷ Se desconoce el autor, tomado del blog de redes sociales y sociedad del conocimiento *In Another World*.
<http://michfer.wordpress.com/> Fecha de Consulta: 27 de enero del 2010, 23H50 +5H00GMT

⁸ Danah m. Boyd and Nicole B. Ellison. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship
<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html> [Traducción por Ivan Campaña] Fecha de Consulta: 11 de febrero de 2010

⁹ Cristina Aleman y Martínez Redes sociales: una nueva vía para el aprendizaje:
<http://www.eumed.net/rev/ced/01/cam4.htm> Fecha de Consulta: 29 de enero del 2010, 20H50 +5H00GMT



USOS E IMPACTOS DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN - TIC- EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA
Ecademy, Soflow y LinkedIn. La popularidad de estos sitios creció rápidamente y grandes compañías entraron en el espacio de las redes sociales en Internet.¹⁰ Por ejemplo, Google lanzó Orkut a principios de 2004 y Yahoo creó una red social en el año 2005. Actualmente hay más de 200 sitios de redes sociales.

Resumiendo el funcionamiento comienza cuando una vez montado el soporte técnico, un grupo de iniciadores invitan a amigos y conocidos a formar parte de la red social, cada miembro nuevo puede traer consigo muchos nuevos miembros y el crecimiento de esa red social puede ser geométrico. Las redes sociales dan al anónimo popularidad, al discriminado integración, al diferente igualdad, entre otras. Proporcionando beneficios psicosociales a los individuos. La fuerza del grupo permite sobre el individuo cambios que de otra manera podrían ser difíciles y genera nuevos vínculos afectivos y de negocios. Un buen ejemplo del mundo de las redes sociales es Facebook, una red social enfocada a estudiantes, con 350 millones de usuarios registrados¹¹ y donde ha habido una importante inversión publicitaria de parte de Microsoft.¹²

3.2 Las Redes Sociales como modelo de negocios.

Diferentes negocios y empresas de todos los sectores se han percatado que pertenecer a este mundo implica tener una visibilidad inmediata a nivel internacional y sin barreras geográficas, así como una comunicación y oportunidades de ventas directas, por ejemplo otorgando soporte de productos, abrir una cuenta para otorgar asistencia al consumidor de un producto. El próximo estreno de una película, la farra del fin de semana, una presentación de un libro, recolección de firmas para causas sociales, grupos de interés temáticos, apoyo a candidatos políticos (caso Obama), etc. son pocas de las aplicaciones y grupos que uno encuentra en una red social como Facebook.

¹⁰ Redes Sociales: http://www.agetec.org/ageteca/redes_sociales.htm Fecha de Consulta: 29 de enero del 2010, 20H50 +5H00GMT

¹¹ Usuarios registrados de facebook para febrero del 2010

¹² Ibídem 9



USOS E IMPACTOS DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN -
TIC- EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA

Las redes sociales son una herramienta poderosa para analizar el comportamiento de su potencial cliente, realmente una empresa puede descubrir el mundo en que vive una persona, sus intereses, sus amigos y los lugares que visita, no es fortuito que mercadólogos estén alertas a los movimientos de estas redes digitales para segmenta y definir con precisión los nichos de mercado. Los expertos dicen que un próximo movimiento natural para las redes sociales será el de cotizar en bolsa pues las otras fuentes de financiación se agotarán tarde o temprano.

Las empresas pueden controlar la imagen de su marca por el marketing y la publicidad, sin embargo no pueden controlar el fenómeno de boca en boca que conduce a los consumidores a compartir su experiencia de un producto, ya sea positiva o negativa. Con las redes sociales existe entonces una toma de poder del público sobre las marcas, ya que cierto número de individuos, tienen gran influencia sobre los otros consumidores, especialmente porque están activos en Internet.

Con microbloggings como Twitter, las interacciones son cada vez más rápidas, lo que permite a las empresas tener una retroalimentación veloz y directa sobre su marca y, sobre todo, una tasa de participación más fuerte. Así pueden modificar sus discursos o sus productos y adaptar así su sistema de venta en función del comportamiento actual de su cliente.

Michaël Korchia subraya que el corte de plazos permite disminuir los costos de 30 a 40 % en lo que concierne los estudios de mercado.¹³

El problema para las empresas es que, con Internet y las redes sociales, cuando un individuo está decepcionado por un producto o por una marca, todos los miembros de la red a la cual pertenecen son informados inmediatamente. El efecto multiplicador de la experiencia de consumo en la Web tiene una reacción mayor generalmente cuando los comentarios son despreciativos.

Los comentarios emitidos por los internautas son informes de experiencias

¹³ Conferencia: ¿Para qué sirven las redes sociales?: http://www.empreintes.com/images/pdf/comptes-rendus-2009_es/conf12.pdf. Fecha de Consulta: 1 de febrero de 2010. 20H00 +5H00GMT



USOS E IMPACTOS DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN - TIC- EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA
individuales, y no hay ningún medio de verificar las informaciones dadas, sigue siendo difícil para las empresas hacer desaparecer de la red los comentarios perjudiciales a su marca.¹⁴

El punto primordial es que las empresas tengan conciencia de su imagen, estén disponibles para percibir las reacciones de los consumidores, e informase sobre las diferentes innovaciones y su potencialidad.

Por otro lado señala que la mayor dificultad para las empresas no es de crear su red social, sino entrar en contacto con las comunidades ya existentes.

Otro punto que debe tomar en cuenta los negocios es que el impacto de los mensajes publicitarios en la red difieren de los medios tradicionales, en el caso de un video, su impacto no es el mismo en Internet que en la televisión, ya que lo mas importante en el Internet no es el contenido del video, sino la reacción y los comentarios de los internautas, por una parte, y la manera en la que ellos la van a difundir y insertar en las diferentes redes.

En la Universidad de Cuenca poco a poco estudiantes y futuros profesionales están utilizando algunas ventajas de integrar una red social al modelo de su negocio, tenemos el caso de Margarita Cardoso, estudiante de 3er. Año de la facultad de Filosofía, ha cambiado la promoción de su negocio de ropa e implementos de deportes extremos *Tattoo Adventure Gear*, creando un canal de Facebook para tener un catálogo online. Además organiza paseos y caminatas de aventura utilizando como único mecanismo de promoción el Facebook y el mail. La acogida ha sido muy buena, y ha reducido el 40% su gasto en publicidad, ahorrando en volantes, papelería de promoción y sobre todo tiempo. En una solo hora puede contactar con la mayoría de sus contactos sin pasar tiempo distribuyendo el material informativo

Las formas mas utilizadas de promocionarse en Redes Sociales son:

-Etiquetar a todos los contactos de la red en una foto donde se muestra un determinado producto, por ejemplo en Navidad Daniela Ramos etiquetó en

¹⁴ El peligro de las redes sociales y sus principales consecuencias jurídicas, Pablo Fernández Burgueño, <http://www.pabloburgueno.com/wp-content/uploads/2009/06/El-peligro-de-las-redes.pdf>, Fecha de Consulta: 2 de febrero de 2010. 20H07 +5H00GMT



USOS E IMPACTOS DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN -
TIC- EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA

todas las fotos de su colección de accesorios de ropa, ella no tenía un lugar físico para atender, todos los pedidos eran receptados en su Red Social

-Crear Eventos: Pedro Crespo, administrador de la discoteca Gabbia, etiqueta a sus contactos dependiendo del próximo evento. Crespo ha creado una base de datos detallada que le permite enviar invitaciones a un público objetivo, cuenta que su negocio Gabbia ha tenido un buen desenvolvimiento gracias a la promoción constante por redes sociales.

Los eventos son citaciones o invitaciones públicas informando de una determinada reunión, cuyo fin varia.

-Actualizaciones de Estado: Son frases de hasta 140 caracteres que se lanzan al aire y que pueden ser visto por la red de contactos en tiempo real.

“El Morlaco Digital” es un periódico deportivo digital creado por un profesional de la Universidad de Cuenca, y que en los canales de Twitter y Facebook actualiza su estado informando de un suceso deportivo.

-Creando un perfil y una página de fans, es el ejemplo de Milo, que se creo una página de Facebook y un club de fans dentro de su Facebook para promocionar productos y eventos relacionados.

-Crear Aplicaciones como juegos, tests patrocinados.

Las opciones mencionadas son opciones gratuitas, para tener un anuncio en la página principal sin crearse un perfil o sin realizar un evento hay distintas formas de publicitarse en redes sociales pero pagando una cuota diaria o mensual que depende del tamaño, la cantidad de personas a mostrar, la frecuencia de exposición etc. Los precios van desde los 1.99usd diarios aproximadamente. Ver Anexos.

3.3 Privacidad vs. Integración Social

La pérdida de privacidad ha sido el principal blanco de críticas de las redes sociales. La exposición digital de la vida íntima ha tenido varias repercusiones con acosadores que utilizan estos sitios web para sus crímenes o para fines no benévolos. Problemas como la suplantación de identidad y publicación de fotografías vulnerables sin autorización se dan a diario.

En el artículo *Nuevas Tecnologías: El peligro de las redes sociales y sus*

AUTORES:

Lorena Delgado Molina ;
Juan Daniel Alvarado



USOS E IMPACTOS DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN - TIC- EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA
principales consecuencias jurídicas, Pablo Fernández Burgueño, nos dice que Internet es capaz de multiplicar el efecto viral y el alcance de la comunicación por una cifra directamente proporcional al beneficio buscado o el daño no esperado; y que las consecuencias jurídicas suelen estar inteligentemente desniveladas a favor de las redes sociales, de tal forma que puedan hacerse tanto con los datos personales de los usuarios como con los derechos de explotación de las obras (imágenes, vídeos, música) que éstos suban o alojen en sus plataformas. Tan sólo 1 de cada 200.000 usuarios declara haberlas leído; y, sin embargo, 7 de cada 10 han compartido al menos una fotografía en una de estas plataformas. La actualización de los mensajes de estado, que son pequeñas frases de 140 caracteres aproximadamente, a través de las cuales se comparte con el resto de la comunidad información sobre lo que cada quien está haciendo en cada momento, son otra parte de la vulnerabilidad de las redes sociales. Esta fuente incesante de información personal ha dado lugar a numerosas rupturas de pareja, robos y despidos. Es natural que si una persona comenta públicamente en Twitter o Facebook que se encuentra en la playa con su familia, su casa en la ciudad sea proclive a un robo.

Otro peligro son los llamados “eventos”, es decir, convocatorias públicas o privadas anunciadas en las redes sociales, en las se informa del lugar, la hora, los asistentes confirmados y del plan previsto, permitiendo a cualquier persona la obtención de datos adicionales de situación geográfica y temporal.¹⁵

3.4 Principales Redes Sociales en la Actualidad

La siguiente tabla presenta las principales redes sociales de acuerdo al número de usuarios y visitas.

¹⁵ Ibídem



USOS E IMPACTOS DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN -
TIC- EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA

Rank	Red Social
1	facebook.com
2	myspace.com
3	twitter..com
4	flixtter.com
5	linkedin.com
6	tagged.com
7	classmates.com
8	myyearbook.com
9	livejournal.com
10	imeem.com
11	reunion.com
12	ning.com
13	blackplanet.com
14	bebo.com
15	hi5.com
16	yuku.com
17	cafemom.com
18	friendster.com
19	xanga.com
20	360.yahoo.com
21	orkout.com

Tabla No. 2: Principales Redes sociales en el 2010.
Elaboración Propia en base al informe de compete.com

Facebook se ha apoderado de casi toda América y Europa con aproximadamente 1200 millones de visitas en enero del 2010, un factor a considerar es que la popularidad de las redes varía en los distintos países como Brasil y México en los cuales lidera Orkut (de Google) y Hi5 respectivamente. Facebook con más de 350 millones de usuarios a nivel mundial se consolidó definitivamente en el 2009, dejando atrás a Myspace, que se populariza mas entre músicos y productores para dar a conocer su material. En los países asiáticos, la tendencia es más regionalista pues cada país posee su propia red social como es el ejemplo de Rusia y China. En la siguiente tabla podemos observar las principales redes sociales en el mundo.



USOS E IMPACTOS DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN - TIC- EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA

En el último año, Twitter, con más de 58 millones de usuarios, ha sido la red social que mas se ha expandido en el 2009, su flujo incesante de información a través de mensajes de 140 caracteres ha generado asombro entre seguidores y críticos del Mass Media actual. LinkedIn es la principal red social para profesionales, más del 75% posee título universitario.

En el Ecuador, los usuarios de Facebook al 20 de febrero del 2010 son 548120 personas aproximadamente, con una proporción equitativa entre hombres y mujeres, siendo los segmentos de mayor audiencia los de 18 a 24 años y de 25 a 34 años.¹⁶

3.5 Uso de Redes Sociales en la Universidad de Cuenca

El 91% de los estudiantes afirma pertenecer a alguna red social, siendo la predominante –todavía- **Hi5**, con un 49% frente a un 37% de **Facebook**, sin embargo, por la observación estructurada realizada, el comportamiento mundial, la moda y el posicionamiento propio de Facebook, estimamos que la migración a Facebook va ser inminente y en pocos meses veremos que Facebook rebasará a Hi5. Así mismo, se prevé que Twitter va tener un leve repunte por la moda y el fenómeno de boca en boca (o de tweet a twit).

Hay que destacar que gran parte de los encuestados tienen mas de una red social, por ejemplo Hi5, Facebook y MySpace, para conocer sus preferencias se anticipó en la encuesta que pongan en orden de preferencia y de uso la red social, 1 para la red social de mas uso, 2 para la segunda y así sucesivamente.

¹⁶ <http://www.checkfacebook.com>. Fecha de Revisión 13 de febrero de 2010, 18h53 GMT -0500



USOS E IMPACTOS DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN -
TIC- EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA

REDES SOCIALES

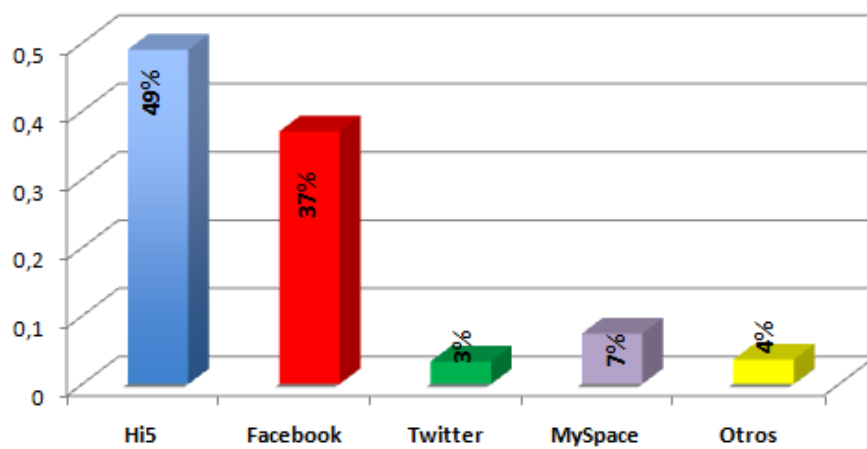


Gráfico No. 16 REDES SOCIALES
FUENTE: Elaboración propia

Por facultad tenemos el siguiente gráfico:

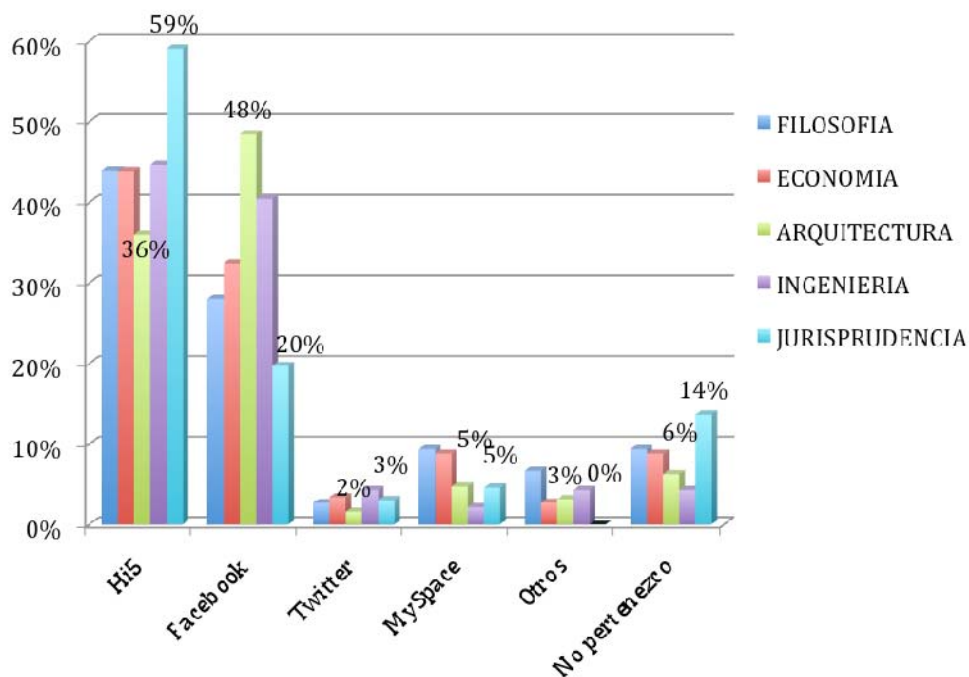


Gráfico No.17 Redes Sociales por Facultad
Fuente: Elaboración Propia

AUTORES:

Lorena Delgado Molina ;
Juan Daniel Alvarado



USOS E IMPACTOS DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN -
TIC- EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA

El gráfico anterior nos muestra el comportamiento por facultad, siendo Hi5 la mas utilizada en Jurisprudencia y Facebook la mas popular en Arquitectura, así mismo Jurisprudencia tiene el mayor número de estudiantes que no pertenece a ninguna red social. Apenas el 4% de los estudiantes de Ingeniería no pertenece a ninguna red social.

3.6 Nuevas Tendencias

Es aventurado pronosticar el futuro en el ámbito de las redes sociales, hábitos de navegación, nuevas plataformas de telefonía, gadgets y mas., sin caer en una inminente desactualización. Hay que recalcar que ahora una investigación o una publicación ya no perdura en el tiempo como hace 10 o 5 años. La información se actualiza en tiempo real por lo que lo ideal es dar o citar cifras que se actualicen diariamente o al instante. Y esa será una nueva tendencia, la actualización incesante de cifras, datos y estadísticas desde las investigaciones mas prestigiosas, pasando por tareas sencillas hasta el informe de labores de una PYMES a través de conexiones, redes y micro redes internas.

Se estima que Para el año 2012 cerca de 50% de las empresas usarán microbloggins y se establecerán redes sociales dinámicas corporativas.

Una tendencia que podemos apreciar desde la aparición de las redes sociales avanzadas como Facebook es que empiezan a reemplazar a los correos electrónicos como el medio principal para las comunicaciones interpersonales.

Si antes la lógica al navegar en la internet era primero conectarse al e-mail y luego desplazarse a redes sociales y demás actividades, ahora y mas aún en un futuro de uno o dos años la lógica será que la red social será el punto de partida al iniciar una conexión por internet. Veremos que el flujo de información que antes se transmitía únicamente por mail migrará hacia las redes sociales. *Titan* es la apuesta webmail de Facebook, Gmail por su lado inició Buzz que son aplicaciones de red social dentro de su webmail.

El sitio nueva economía lanza un interesante pronóstico: Para el año 2015, 25% de las empresas utilizarán rutinariamente el análisis de las redes sociales

AUTORES:

Lorena Delgado Molina ;
Juan Daniel Alvarado



USOS E IMPACTOS DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN -
TIC- EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA
para mejorar su desempeño y productividad.¹⁷

En relación a la telefonía móvil, veremos que el m-commerce incrementará con las plataformas adecuadas de seguridad, accesibilidad y diseño de los ofertantes, un punto decisivo es que la generación que ahora tiene hasta 17 años, (los que literalmente nacieron con un móvil en sus manos) en pocos años tendrán su propia capacidad adquisitiva y este segmento va incrementar los volúmenes de venta de e-commerce y m-commerce. Sú lógica va ser que toda transacción será por su móvil, ordenador, o gadget de la época, y en último de los casos será el realizar una compra normal. Se ahorrarán el costo de oportunidad de ir a comprar un ticket para el cine, es decir el tiempo de tráfico, fila, atención a ventanilla, y otros costos indirectos. Las PYMES se volcaran a ofrecer sus productos y servicios online, con plataformas dedicadas a cada generación de celular o nueva tecnología que aparezca. Los nuevos gadgets como los e-books o el Ipad de Mac, pueden pasar de moda rápido o establecerse como nuevas categorías, por ejemplo las tablets, como se ha llamado al Ipad, veremos si el término perdura.

Nacerán nuevos empleos relacionados con conocer e investigar el comportamiento del consumidor en el Internet, no hay duda que habrán especialistas en cómo, a que hora, a que minuto, con que léxico y ortografía se debe publicar una frase o un anuncio en redes sociales como el Facebook o Twitter para causar el mayor impacto entre seguidores, usuarios y reacios a los anuncios de 140 caracteres.

Las bolsas de trabajo ganaran cada vez mas adeptos, y ojalá la Universidad de Cuenca empiece a coordinar una bolsa de trabajo online con empresas e institutos con las que tiene convenio de cooperación técnica.

¹⁷ Martin Durán. Las redes sociales corporativas como soporte profesional de las empresas. Notas de Alerta de la Nueva Economía. n-economía.com Fecha de Consulta: 20 de febrero de 2010, 17H20. +5H00



USOS E IMPACTOS DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN -
TIC- EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA

IV. CONCLUSIONES

El Internet, el ordenador y el celular son las aplicaciones de las Tecnologías de Información y Comunicación mas promulgadas en la sociedad y en especial los jóvenes y adolescentes. Quienes crecieron con el nacimiento y propagación masiva de las TIC tienen la oportunidad de comparar los procesos de cambio en las relaciones sociales y en los procesos productivos y de servicios que se vivieron, se viven y que vendrán con una fuerza sofocante hasta cierto punto.

El acceso a las nuevas tecnologías que son relativamente baratas por tener costos decrecientes, democratizan el conocimiento y crean nuevas oportunidades para todos los sectores, desde PYMES hasta empresas de servicios, y a su vez ayudan a la mejora continua de los procesos por tener un amplio flujo de información.

Los estudiantes se benefician de tener una oleada incesante de información disponible de forma inmediata, con publicaciones y conocimientos que se actualizan a diario, y con retroalimentación que amplía los campos de participación, fortaleciendo los conceptos desde varias perspectivas.

Muchos estudiantes se han valido de Internet para promocionar sus actividades, casos de éxito tenemos desde pequeños Microempresarios que han dado a conocer su empresa y productos exclusivamente por Facebook, hasta artistas independientes que han mostrado al mundo su trabajo por MySpace.

Conocer el comportamiento en torno al uso de las TIC en la Universidad de Cuenca ha sido un motivo de reflexión sobre la época en la que vivimos, los hábitos de uso de las distintas tecnologías nos dan una mirada de la época actual y los posibles escenarios futuros.

Las redes sociales y los elementos que las completan, no escapan de los riesgos propios de la vida online como son la pérdida de privacidad, el bombardeo de publicidad, y la exposición mundial en segundos.

El Internet y el mundo de las redes sociales nos traen contradicciones en la lógica de la sociedad; son muchos y serán cada vez mas los casos de personas que se aíslan hacia la comunidad y a su entorno, tienen una marcada

AUTORES:

Lorena Delgado Molina ;
Juan Daniel Alvarado



USOS E IMPACTOS DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN - TIC- EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA
adicción al internet, a las redes sociales y a un mundo digital creado por ellos, en la que son las personas que mas influencia y popularidad tienen dentro de la comunidad virtual, pero que, en la vida mundana de trabajo, de amigos, de vecindario, tienen dificultad para relacionarse y adaptarse. Paradojas que se dan en la era del ordenador.

Las prestaciones y oportunidades que las redes sociales ofrecen y crean, superan riesgos y peligros puntuales que éstas derivan para la privacidad, protección de datos personales, intimidad y demás derechos de los usuarios. Las tecnologías de información y comunicación son un medio, no un fin, y como todo medio, nos presentan varios caminos para llegar a un fin, cada persona tiene la libertad de decidir entre aprovechar sus ventajas y oportunidades para su desarrollo y del entorno, o ser sólo un pasatiempo, de ahí que debe alentarse su uso responsable, incentivando la investigación y la búsqueda de conocimiento de la persona y que en las empresas repercuta en la mejora de productividad, en aprovechar la información disponible para buscar mercados, evitar riesgos y estar alertas al cambio continuo.



USOS E IMPACTOS DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN -
TIC- EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA

V.BIBLIOGRAFIA

LIBROS:

- ANDERSON, Arthur, 1999, "Diccionario de Economía y Negocios", Editorial Espasa, Madrid, España.
- BARRO, Robert, 1986¹, "Macroeconomía", México.
- CASTELLS, Manuel. La era de la información. Tomo I, Economía, Sociedad y Cultura. Siglo XXI. 1999.
- FUKUYAMA, Francis, 2002, "El Fin del Hombre", Ediciones B Grupo Z. España.
- GUJARATI, Damodar, 2005⁴, "Econometría", McGraw Hill, México.
- Ghyasi, A. y Kushchu, I. (2004) Uses of Mobile Government in Developing Countries. mGovLab, International University of Japan, May 2004.
- ORWELL, George, 1999, "1984", Knof, Nueva Cork.
- SERRANO, Arturo y MARTÍNEZ, Evelio, 2003, "La Brecha Digital: Mitos y Realidades", Universidad Baja California. EEUU
- STIGLITZ, Joseph, 1999², "Macroeconomía", Editorial ARIEL, España.

REVISTAS Y PUBLICACIONES.

- AMIN, Samir. La Revolución Tecnológica en el corazón de las contradicciones del capitalismo.
- BANCO MUNDIAL, 2004, "World Development Indicators", Washington D.C.
- Indicador de la Sociedad de la Información (ISI), 2006, Nueva Economía, España

AUTORES:

Lorena Delgado Molina ;
Juan Daniel Alvarado



USOS E IMPACTOS DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN -
TIC- EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA

- -KATZ, Hilbert. Los Caminos hacia una sociedad de la información en América Latina y el Caribe. Publicación de la CEPAL y la ONU. Enero 2003.
- Kushchu, I. y Borucki, C (2004) *A Mobility Response Model for Government*. mGovLab, International University of Japan, May 2004.
- Penetración regional de la Nueva Economía, 2007, Revista Nueva Sociedad. España
- Políticas de Fomento de la Sociedad de la Información, 2006, Nueva Economía, España.
- -RIBEIRO Silvia e Investigadores de ETC. Group. Los problemas de la nanotecnología: convergencia tecnológica y control. La jornada, México. 4 de octubre de 2005.
- REVISTA GESTION, Economía y Sociedad, 2006, "Las siete claves del desarrollo, según Ricardo Lagos", No. 144, Dinediciones, Quito.

PAGINAS WEB

- www.n-economía.com
- www.tendenciasdigitales.com
- www.organicconsumers.org
- www.carlotaperez.org
- http://www.uv.es
- www.bce.fin.ec.
- www.inec.gov.ec.
- www.supercias.gov.ce.
- www.micip.gov.ce.
- www.ecuadoranalysis.com.
- www.abcgroupp.org
- www.ecuadorencifras.com

AUTORES:

Lorena Delgado Molina ;
Juan Daniel Alvarado



USOS E IMPACTOS DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN -
TIC- EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA

Fuentes Directas

Impacto de las TIC en la educación, por Carlos Busca Martín-Saenz
http://www.n-economia.com/notas_alerta/pdf/ALERTA_NE_02-2008.PDF,

El peligro de las redes sociales y sus principales consecuencias jurídicas,
Pablo Fernández Burgueño, <http://www.pabloburgueno.com/wp-content/uploads/2009/06/El-peligro-de-las-redes.pdf>,

Fecha de Consulta: 2 de febrero de 2010. 20H07 +5H00GMT

Conferencia: ¿Para qué sirven las redes sociales?:
http://www.empreintes.com/images/pdf/comptes-rendus-2009_es/conf12.pdf.

Fecha de Consulta: 1 de febrero de 2010. 20H00 +5H00GMT

Martín Durán. Las redes sociales corporativas como soporte profesional de las empresas. Notas de Alerta de la Nueva Economía. N-economía.com Fecha de Consulta: 20 de febrero de 2010, 17H20. +5H00

Fichas de Alerta de Nueva Economía: Marzo 2008-Febrero 2010
http://www.n-economia.com/fichas_neconomia/fichas_5.asp

Diccionario Informático <http://www.alegsa.com.ar/Dic/tecnologia.php> fecha consulta 12/enero/2010

<http://www.skyscraperlife.com/noticiasla/27570-chile-es-el-lider-en-computadores-por-habitante.html> fecha consulta: 12/01/2010

El Uso de las TIC en la Educación: <http://www.pangea.org/jei/edu/f/tic-uso-edu.htm> fecha consulta: 7/01/10

Video uso de las TIC en la educación; fecha de reproducción: 12/01/2010
<http://www.youtube.com/watch?v=078icPoZC8c>

Danah m. Boyd and Nicole B. Ellison. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>
[Traducción por Ivan Campaña] Fecha de Consulta: 11 de febrero de 2010

Cristina Alemañy Martínez Redes sociales: una nueva vía para el aprendizaje:
<http://www.eumed.net/rev/ced/01/cam4.htm> Fecha de Consulta: 29 de enero del 2010, 20H50 +5H00GMT

AUTORES:

Lorena Delgado Molina ;
Juan Daniel Alvarado



USOS E IMPACTOS DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN -
TIC- EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA

ANEXOS

ANEXO 1

DISEÑO DE MUESTREO

$$n = \frac{Z^2 (N - 1) + Z^2 \cdot b \cdot d}{N \cdot Z^2 \cdot b \cdot d}$$

En donde:

n = Tamaño de la Muestra
Número de Estudiantes

N = Universo de Estudio
Estudiantes de la Universidad de Cuenca.

P = Probabilidad de Éxito
Q = Probabilidad de Fracaso

Z = Nivel de Confianza
e = Error en la muestra.

CUADRO 1	
UNIVERSO	9300
P	50%
Q	50%
ERROR	5%
CONFIANZA	1,96%
n	323



USOS E IMPACTOS DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN -
TIC- EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA

ANEXO 2: Encuesta.

HÁBITOS DE LAS TIC EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA

La siguiente encuesta tiene como objetivo conocer el uso que hacen los estudiantes de las nuevas tecnologías de la información y comunicación. Agradecemos su colaboración.

FACULTAD:.....

Señalar con una "X".

I INTERNET

1. Señale si tiene ordenador o computador

SI NO.....
Portátil (Laptop)
De Escritorio
Ambos

2. ¿Con qué frecuencia accede a Internet a la semana?

- ☐ Todos los Días
☐ 3 a 5 días a la semana
☐ 1 o 2 días a la semana
☐ Eventualmente (menos de 2 o 3 veces al mes)
☐ Nunca

3. ¿En qué lugar se conecta a Internet , señalar sólo la opción que se conecte con mayor frecuencia? (Excluir Celular)

- Café Internet
- Casa
- Internet Inalámbrico de la Universidad y/o Salas de Computo, Biblioteca.
- Espacios Públicos Gratuitos (Centros Comerciales, Parques, etc)
- En el Trabajo
- Otros (Especifique)

4. Señale el buscador que utiliza usualmente

- Google
- Yahoo
- Otros (Especifique)

5. ¿Cuál de los siguientes navegadores utiliza con mayor frecuencia?

- Internet Explorer
- Mozilla FireFox
- Google Chrome
- Safari
- Otros (Especifique)

AUTORES:

Lorena Delgado Molina ;
Juan Daniel Alvarado



USOS E IMPACTOS DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN -
TIC- EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA

6.- Señale la cuenta o las cuentas de correo electrónico que dispone en la actualidad.

- Hotmail
- Yahoo
- Gmail
- Correo propio de la Universidad o del trabajo
- Otros

7. ¿Ha realizado compras, ventas o transacciones vía Internet?

SI..... NO

8 ¿Posee o publica en algún Sitio Web o Blog (Blogger, WordPress) etc.?

SI NO

9 ¿Está suscrito o lee regularmente periódicos, revistas o boletines por Internet?

SI NO

10. Señale, si forma parte de alguna red social en la actualidad. Si mantiene mas de una red social, asigne el número 1 a la red social que utiliza o actualiza regularmente , número 2 a la red social secundaria y así sucesivamente.

La siguiente lista no está en orden de preferencia

- Hi5
- Facebook
- Twitter
- MySpace
- LinkedIn
- Otra(s) (Especificar)
- No pertenezco a ninguna red social

11.- ¿Ha cargado su currículum, en sitios o bolsas de trabajo online como multitrabajos.com; porfinempleo.com, u otros?

SI..... NO.....
(Señale en que página).....

12.- Indique, por favor el tiempo aproximado en minutos u horas que dedica cuando se conecta a Internet.

ACTIVIDAD	1 a 15 min.	15 a 30 min.	30 a 60 min	1a 2 horas	Mas de 2 horas
Redes Sociales					



USOS E IMPACTOS DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN -
TIC- EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA

Consultas y Educación					
Revisar Mail					
Descargas (música, juegos)					
Messenger o Chats					
Farándula y Entretenimiento					
Otras Actividades (especifique)					
.....					

II TELEFONÍA MÓVIL

13.- ¿Tiene Celular?

SI

NO

Porta....

Movistar.....

Alegro....

Si la respuesta es SI, pase a la siguiente pregunta, de lo contrario la encuesta ha finalizado.

14. ¿Se conecta a Internet desde su celular?

SI.... (Terminar la encuesta)

NO.....

15. ¿Está interesado en contratar Internet para su celular en un futuro a corto plazo?

SI.....

NO.....

MUCHAS GRACIAS POR SU PARTICIPACIÓN.



USOS E IMPACTOS DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN -
TIC- EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA

ANEXO 3

RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS EN SPSS

**Estadísticos descriptivos
ECONOMIA**

	N	Suma
hi_5	108	81
facebook	108	41
twitter	108	5
MySpace	108	13
otros	108	4
No_pertene	108	20
zco		
N válido (según lista)	108	

es decir: de los 108 encuestados en
economía, en 81 ocasiones
prefieren hi5, 41 facebook, 20
afirman que no pertenecen etc.
no necesariamente suman el numero de
encuestado. Un caso extremo es que los 108
usen los 4 sitios we sumarían 432 afirmaciones
de uso.

Estadísticos descriptivos

	N	Suma
a	50	23
b	50	31,00
c	50	0
d	50	3
e	50	2
f	50	6
N válido (según lista)	50	

estos son los resultados del primer
caso.

a= hi 5 de arquitectura

b=facebook archit.

y así sucesivamente.

AUTORES:

Lorena Delgado Molina ;
Juan Daniel Alvarado



USOS E IMPACTOS DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN -
TIC- EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA

g= utilización del tiempo 1 a 15 min.

ARQUITECTURA

g

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
CONSULTAS	2	1,4	1,4	63,3
DESCARGAS	4	2,7	2,7	66,0
FARANDULA	12	8,2	8,2	74,1
MESSENGER	5	3,4	3,4	77,6
OTRAS	2	1,4	1,4	78,9
REDES SOCIALES	9	6,1	6,1	85,0
REVISAR MAIL	22	15,0	15,0	100,0

15-30 MINUTOS ARQ.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
CONSULTAS	13	8,8	8,8	62,6
DESCARGAS	11	7,5	7,5	70,1
FARANDULA	12	8,2	8,2	78,2
MESSENGER	8	5,4	5,4	83,7
OTRAS	2	1,4	1,4	85,0
REDES SOCIALES	9	6,1	6,1	91,2
REVISAR MAIL	13	8,8	8,8	100,0

AUTORES:

Lorena Delgado Molina ;
Juan Daniel Alvarado



USOS E IMPACTOS DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN -
TIC- EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA

ANEXO 4
TABULACIÓN EXCEL

				ARQUITECTUR
1.-CLASE DE ORDENADOR DE LA U. DE CUENCA A				
	PORTATIL	ESCRITORIO	AMBAS	NO
1				1
2			1	
3	1			
4				1
5				1
6			1	
7				1
8			1	
9	1			
10	1			
11			1	
12				1
13			1	
14	1			
15				1
16			1	
17	1			
18	1			
19				1
20	1			
21				1
22				1
23	1			
24			1	
25			1	
26	1			
27	1			
28				1
29				1
30	1			
31				1
32				1
33	1			
34	1			
35				1
36	1			
37			1	
38				1
39			1	
40				1
41				1
42	1			



USOS E IMPACTOS DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN -
TIC- EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA

43		1		
44		1		
45			1	
46	1			
47			1	
48		1		
49			1	
50	1			
TOTAL	17	13	20	0